

# 深電視代工巨頭 夥電商 抗貿戰

## 進行智能製造轉型升級 探索「反向定製」拓內外銷

「年輕人都不看電視了」、「電視機已經被手機取代」、「投影儀比電視更大」……近年，唱衰電視行業的聲音不絕於耳。然而，據《中國大陸TV製造商出口數據報告》顯示，今年上半年中國大陸TV製造商出口共6,060萬台電視機，同比增長達16.7%。8月18日，中國最大的電視生產企業之一深圳市兆馳股份有限公司（以下簡稱「兆馳」）聯手社交電商平台拼多多發佈了日本電視品牌JVC的電視新產品，一天內四款電視機基本售罄。今時今日，以兆馳為代表的中國電視製造商正進行智能製造轉型升級，透過「反向定製」新模式，在擴內銷、轉外銷上進行一場巨大的變革。即使面對反覆的中美貿易戰，仍表現出中國製造的底氣。 ■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道



兆馳股份董事長顧偉 受訪者提供

中美貿易戰持續，電視機行業的「寒冬」仍未過去。「近百年積澱的JVC品牌，加上兆馳的生產實力，借力拼多多的平台，這個搭配非常完美。」兆馳股份董事長顧偉信心滿滿地表示：「兆馳不斷擴內銷、轉外銷，用『兩條腿』走路，即使貿易戰多次反覆，我們也還是很有底氣。」

### 穩外銷：發展「品牌」品質取勝

去年起爆發的中美貿易戰，並沒有讓兆馳的出口訂單減少。實際上，「今年以來，無論是一線電視品牌，還是互聯網品牌，我們都從他們那裡拿到了更大的訂單。」近幾年，行業內不少中小企業經營困難甚至破產，海外訂單開始集中流向電視機頭部工廠，兆馳就是其中之一。

此外，歐洲和北美市場容量大，因此近幾年兆馳在歐美市場銷售收入佔比依然較高，市場份額也在逐步提高。在顧偉看來，強大的生產能力、有競爭力的供應鏈、穩定可靠的品質，都是兆馳能站穩歐美市場的「法寶」。

因一直以來的代工身份，兆馳成為隱藏在國際大品牌之後的「功臣」，沒能散發出自己的光芒。在拿到JVC中國區品牌授權後，兆馳希望這老品牌在自己手中重新煥發光彩。

兩年多的時間內，兆馳陸續拿下了美國、俄羅斯、韓國等全球範圍內多個國家和地區的代理，銷售自己的JVC智能電視。「JVC電視對於兆馳來說，是一種更深入的ODM形式，從另一種意義來說，也算是我們的『自有品牌』，可以幫我們開拓更廣闊的海外市場。」兆馳集團JVC電視負責人鄧祖琴表示。

### 拓內銷：以需定製 按需定產

今年7月，兆馳與拼多多達成全面戰略合作。8月18日零點，拼多多平台推出了四款JVC定製化智能大屏電視。從達成合作到產品售賣，短短一個多月的時間內，完成這樣一件「大事」，絕不是靠運氣，而是靠實力強勁的兆馳和拼多多共同促成，實現了電視機行業C2M（客戶直接向製造商團購，又稱「反向定製」）模式首次成功落地的探索。

合作過程中，兆馳向拼多多開放了包括設計研發、產品結構等在內的所有生產信息，拼多多則在需求端收集、轉化數據，並且反饋給兆馳。雙方依託兆馳擁有的JVC中國區獨家品牌授權，實現以需定製、按需定產的「反向定製」新模式。

位於深圳的兆馳是中國最大的電視生產企業之一，為全球多個一線品牌提供ODM（代客設計製造）製造及技術服務。目前，兆馳生產線的自動化率超過70%，智能化和研發能力均處於行業領先水平。

拼多多作為大數據和渠道的源頭，不僅可以大幅降低供需之間的溝通成本，讓生產商可以迅速了解市場需求，大幅提升企業的產品研發能力和智能化製造水平。

兩者合作的這種反向定製的新模式，才是真正的「適銷對路」，拼多多副總裁井然表示，拼多多為兆馳提供大數據可以極大地優化成本，兆馳不用花時間和金錢去「交學費」，高效地在拼多多上推出一款或幾款成功的產品，達到雙方共贏。

與拼多多合作的新模式，是兆馳在國內轉型升級的重要一步。「目前，兆馳依然以ODM業務模式為主。」顧偉說。

## 廠商加班提前備貨 北美出口增近三成

受中美貿易戰不確定性的影響，各大電視品牌為確保加徵關稅對於全年價格影響降至最低，紛紛將備貨節奏前移，因而中國電視對北美出口增幅較高。《中國大陸TV製造商出口數據報告》顯示，今年上半年，中國電視機向北美地區出口1,640萬台，同比增長25.9%。

兆馳出口的電視數量也在大幅增加，「獲得了Google、Roku等授權後，兆馳液晶電視及其配件在海外市場的出貨量保持快速增長，進一步擴大了我們在海外市場份額。」顧偉表示。

訂單增長隨之而來的是工廠的加班趕工。「之前美國準備9月1日對中國加徵關稅，因此不少訂單提前，9月份

的訂單提前到8月來完成。我們工廠現在正在大量趕9月1日前的代工品牌訂單。」兆馳集團JVC電視負責人鄧祖琴表示，完成8月的訂單後，9月後會開始做聖誕節訂單。

按照電視行業的規律，在每年8、9月，出口訂單本就進入高峰期。今年受貿易戰反覆的影響，兆馳訂單增加，再加上與拼多多的「新品牌計劃」，生產線排期較緊張。

「兆馳本身生產智能化水平很高，可以快速高效地進行產品定型、備料，以及排期，做到壓縮正常生產時間的同時，保障產品的高品質。」鄧祖琴說，訂單雖多，工廠正在加班趕工，有條不紊地進行生產。



兆馳工廠裡的電視機生產線。香港文匯報記者胡永愛攝



掃碼看視頻

## 特稿 代工搞團購 創銷售奇跡

「65吋4K智能大屏電視，僅售1,999元人民幣！」8月18日零點，兆馳聯手拼多多打造的四款新款電視機登陸拼多多「限時秒殺」、「大牌駕到」等日活躍用戶過億的專區。

### 不足一日售逾4000台

從18日零點至當日晚上十點，不到24小時，JVC電視支付金額累計達400多萬元人民幣，累計銷售4,000多台電視，65吋與32吋產品皆

已售罄。「這樣的銷售情況是完全超出我們預期的！」拼多多「818JVC品牌日」的銷售奇跡，讓兆馳集團JVC電視負責人鄧祖琴很興奮。

對於拼多多副總裁井然，這個銷售數據在拼多多平台的表現屬於「正常」。「作為性價比極高的電視機產品，這麼快賣出這麼多是意料之中的事情。」據了解，後續在「919」、「929」等電商節日活動中，拼多多與兆馳合作的電視機將會進行不斷的推廣與售賣。「另外，此次售賣後，我們兩方也會根據這一波售賣數據進行產品迭代調整。」井然說。

### 生產快品質高受青睞

以往大型電商節日期間，商品常常會缺貨斷貨，井然並不擔心JVC電視會出現這樣的問題。「兆馳工廠生產線生產能力超強，十天可以出新品，年產能超過1,000萬台。即

使我們短時間內賣掉了10萬台電視機，兆馳一個星期後又可以再出貨，完全能滿足我們的需求。」

井然介紹，拼多多是農產品起家，成立以來一直想做能夠滿足消費者需求的3C產品（電腦、通信和消費類電子產品）。此次「新品牌計劃」中，主動申請合作的廠家和商家很多。之所以選擇兆馳，「是因為兆馳曾為很多國際品牌做代工，不僅產品擁有世界級的品質，他們還有自己專利技術，以及強大供應鏈的管理能力。」井然表示，這對於拼多多平台來說很重要，「與兆馳合作，可以幫助拼多多3C產品品類與品牌的整體提升。」



兆馳聯手拼多多打造新款JVC電視機早前登陸拼多多專區，一日銷售金額超過400萬元。網上圖片



## 優質內容擴賦能 喚醒電視機市場

「內容平台是JVC電視架構的重點。」兆馳集團JVC電視負責人鄧祖琴表示，JVC新品電視在系統和內容方面，搭載了FunUI操作系統和內容平台，擁有國內98%院線大片，實時更新包括華納、索尼、環球等在內的電影資源。此外，JVC電視還通過與愛奇藝合作，讓用戶可以享有最新、最快的一手熱播劇集，並且配備了超過1,200場NBA直播、F1等體育賽事直播資源。

「除娛樂、體育等基本資源外，我們研究

發現，親子和教育佔據中國家庭電視場景的比例越來越高，尤其是在下沉市場，電視已經成為教育的重要補充渠道。」

### 增加親子教育內容

為迎合親子和教育需求，JVC電視在與迪士尼、尼克動畫等合作引入動漫以及幼教內容的同時，還與「學而思網校」展開深度合作，全面覆蓋幼、小、初、高各階段精選教程，讓低線城市的家庭，也能享受一線城市的教育資源。

### 瞄準農村換機時機

「目前電視機行業是存量市場，我們需要喚醒中國原有的市場。」鄧祖琴認為，隨着近些年農村寬頻的普及，大量的農村家庭會將原本的電視機換為互聯網電視，「下沉市場將大有可為。」

對於下沉市場中的大部分家庭用戶來說，生活中難以接觸到「學而思」這類教育機構。「當他們購買了我們的JVC電視後，會發現區別於傳統意義上的電視，這是有着更優質內容、更大的賦能的電視機，他們用更少的付出，獲得了更好的教育資源、更美好的生活。」鄧祖琴說。



深圳市兆馳股份有限公司園區。香港文匯報記者胡永愛攝



兆馳工廠的生產線。香港文匯報記者胡永愛攝